“互联网 + 期刊”融合发展的模式创新研究

胡慧河
（广东财经大学期刊中心，广东 广州 510320）

摘　要：在“互联网 +”背景下，传统期刊的发展既有机遇，又面临着挑战。针对“互联网 + 期刊”融合发展的必然性以及在发展过程中面临的困境，需构建“互联网 + 期刊”常态化发展、平台化发展、技术化发展、弹性化发展等融合发展的新模式。唯有如此，才能使我国的传统期刊更新发展理念、创新发展模式，实现健康可持续发展。

关键词：互联网 + 期刊；平台化；融合发展；刊网融合；数字化转型　　**中图分类号：**G230　　**文献标识码：**A
文章编号：1671-0134（2021）08-065-03　　DOI：10.19483/j.cnki.11-4653/n.2021.08.018
本文著录格式：胡慧河 .“互联网 + 期刊”融合发展的模式创新研究 [J]. 中国传媒科技，2021（08）：65-67.

1. “互联网 + 期刊”融合的必然性及融合现状

“互联网 +”是以互联网平台为载体，充分利用现代信息技术与移动互联网技术，实现同各行各业的跨界融合，从而不断创造出新产品、新业务与新模式，构建连接一切的新生态。[1] 在此背景下，“互联网 +”推动着我国出版业由传统出版业向数字出版转型发展，期刊也同样面临着转型，需要构建新的发展模式和业态。2018 年，中央全面深化改革委员会第五次会议审议通过了《关于深化改革培育世界一流科技期刊的意见》，强调“要以建设世界一流科技期刊为目标，科学编制重点建设期刊目录，做精做强一批基础和传统优势领域期刊”，这为“互联网 + 期刊”的融合发展提出了顶层设计。期刊是展示我国业界先进学术成果、繁荣我国科技文化的重要载体。伴随着“互联网 +”和媒体融合的深入发展，“互联网 + 期刊”将成为我国期刊提高竞争力的关键手段和发展方向。[2] 因此，刊网融合具有一定的必然性。

第一，刊网融合是新时代期刊发展的必然选择。期刊尤其是学术期刊具有相当的专业性，要经过严格的约稿、组稿、排版、校对等程序才能出版发行。正是这种内容的专业、程序的严谨使得期刊发行面较窄，传播范围有限。而互联网作为一种互动型传播平台，重构了信息的传播方式，突破了信息传播的时空限制，对于期刊的传播产生了深刻的影响。不过，互联网虽然能够通过搜索精准获取内容，降低知识成本，但是碎片化的内容无法解决受众对内容深度的要求。融合互联网与期刊的优点，探索刊网融合发展既能提高期刊出版的效率，扩大期刊传播范围，增加到达率，又能保障论文的内容深度和学术质量。因此，刊网融合是新时代期刊发展的必然走向。

第二，刊网融合是受众阅读习惯与研究方式变化促使期刊做出的必然选择。融媒体时代，受众的阅读工具已经悄然发生变化，人们不再习惯于阅读部头巨大的纸质媒介，移动终端已经成为人们获取信息的主要渠道。学术 App、微信公众号等能够为受众提供大量的学术文章，使得受众能够随时随地进行阅读。对于研究者也是如此。当下，对文献的查阅、检索，对论文的投稿、修改，与编辑、读者的互动都只需要通过互联网就可以实现。在受众阅读习惯与研究方式变化的趋势下，传统期刊必须摆脱旧有的思维和出版、发行方式，紧跟时代步伐，顺应刊网融合要求。

第三，刊网融合是期刊现代出版传播模式的必然选择。从传统的“铅与火”“光与电”到现在的“光与网”，现代出版传播模式已经发生了深刻的变化，弥补了过去传统出版在出版效率、传播效果、反馈互动方面的不足，而这些不足也正是期刊出版曾经存在的严重问题，刊网融合路径的出现最大限度地解决了这些难题。在期刊出版的效率方面，一般的期刊都是纸质的月刊、双月刊或季刊，出版周期相对较长，不符合融媒体时代受众对信息更新的期待时间。“互联网 + 期刊”融合发展以后，期刊以互联网平台为载体，出版效率则不再受到固定周期的限制，可以单篇出版或者提前、延后与纸质媒体出版。在传播效果方面，互联网的开放性大大拓展了期刊的传播范围，利用大数据技术又可以精准定位传播人群，提升传播效果。在反馈互动方面，互联网和社交媒体实现了编辑与作者、读者之间、作者与读者之间、读者与读者之间的有效交流。

目前“互联网 + 期刊”融合存在以下问题。

第一，融合方式单一。当前，一般的传统期刊都选择自建网站或者微信公众号、App 客户端等形式进行融合尝试，融合方式比较单一。由于我国期刊的规模较小、基础粉丝数量较少、国际影响力很低，因而点击量不高。再加上对于新的传播渠道和平台的投入较少，专业维护人员匮乏，传统期刊很难在短时间内形成较大的影响力，无法体现办刊特色，也很难获得收益，融合的深度和广

度有待进一步探索。

第二，融合效果不尽如人意。我国的期刊数字化转型起步相对较晚，一些期刊到今天还只是新旧媒介简单的相加，并没有迈进相融的门槛，没有实现数字化转型。很多期刊的官方微博和微信公众号发布的内容单一，多元化传播效果尚未充分显现。新媒体发布的内容仅是纸质媒介内容的复制粘贴，并为实现根据不同传播渠道特点生产不同产品的融媒体要求。直到近几年，一些领军的出版集团、杂志社才实现了个性化的定制服务，但是知识付费用户规模有限，知识付费数额不大，不过也算迈出了坚实的一步。

第三，融合过程简单片面。新媒体平台受众多、传播范围广，有利于更快地提升期刊的经济效益和社会效益，因此，多数期刊愿意同新媒体实现快速融合。但是，在融合的实践中，又从一个极端走向了另一个极端，一些期刊过度重视新媒体又忽视了传统纸质期刊。他们认为只要做好新媒体，传统纸媒可有可无，因而将纸质期刊内容一股脑全都放到新媒体平台上，对纸媒则怠于出版。这种现象其实是本末倒置，不论是新媒体还是纸媒都是一种传播工具，丰富我们的阅读方式，但不会彻底颠覆我们的阅读习惯。[3] 纸质媒介有其固定的受众群体，而且能够体现期刊的办刊特色，真正的融合发展是使互联网与纸质期刊相互补充、相得益彰。

2.“互联网 + 期刊”融合发展的模式创新

突破“互联网 + 期刊”融合发展瓶颈，转变发展理念，创新发展模式。

2.1 常态化发展：转变理念，深耕内容

融媒体时代，将互联网作为期刊的附加传播渠道的传统办刊理念已经不能适应期刊的发展需求，必须快速转变理念，深耕内容才能构建创新发展模式。

2.1.1 转变发展理念

一是要培养融合理念。新兴媒体的出现并不意味着它能够取代传统媒体，而是要与传统媒体一起，优势互补。在媒体融合的背景下，期刊从业人员要增强“互联网 + 期刊”的融合发展意识，树立融合共通的互联网思维理念，从二者相加迈进彼此相融，规划融合发展战略，实现互联网和期刊的深度融合发展。二是要培养用户理念。期刊编辑要改变过去以期刊出版者为主体的出版模式，转而建立以受众为主体的创新模式；要充分发挥新媒体平台的作用，加强与受众之间的交流沟通，增强对受众的吸引力；要邀请受众参与期刊的内容生产，增加受众的参与度和忠诚度；要引导受众广泛分享内容，让他们利用自己的圈层对期刊简介、预告、概要等内容进行裂变式的社交传播，吸引更多用户通过社交圈关注到期刊，从而扩大期刊的覆盖面，提升期刊的传播力、影响力和知名度。三是要培养数据意识。要充分利用大数据技术，根据受众的点击、关注、评论、点赞等行为为受众画像，精准判断他们的喜好，优化出版方针，关切对热点话题，提升期刊质量。四要培养品牌意识。当前，期刊出版已经进入了一个品牌决定生存的时代，编辑要提高期刊的品牌认知度，为期刊树立良好的形象，准确判断市场预期，开拓推广渠道。

2.1.2 深耕期刊内容

在融媒体时代，无论是新媒体还是传统媒体，乃至于媒体融合发展，期刊能够在同行中胜出的基础始终都是内容的质量。没有高质量的内容，期刊的发展都无从谈起。所以，期刊要找准定位，以专业化和特色化为导向，策划具有前瞻性和针对性的选题，使内容更加具有理论价值和实践意义，以增强期刊整体内容的深度和影响力。要针对受众的需求，将互联网与期刊紧密结合，同步发力，对文章内容进行深层次的开发利用，使得文章价值得以最大化的实现，在内容挖掘、内容再造上下工夫。比如《应用化学》就非常重视刊物的内容质量，积极转型，几年间就从一本国家级的期刊成长为国际化期刊。

2.2 平台化发展：健全全媒体传播平台

平台是期刊融合发展的依托，平台化是指以顺应互联网作为社会基础连接的整体形势为前提，采用符合互联网传播规律的组织方式和技术手段，通过“互联网 +”实现媒体产品和服务的多样化扩展。[4] 在媒体融合的背景下，期刊若想扩大影响，顺利转型，必须走平台化发展道路。

2.2.1 建设自有平台

在媒体融合的“上半场”，多数期刊都已经建设了自己的自有标配平台，包括微信、微博、App 客户端、抖音等等。如今，以深度融合为标志的媒体融合已经进入了“下半场”。在“下半场”中，传统期刊要充分利用这些自有平台拓展自己的传播渠道，建构受众需求价值导向的融合性平台，提升期刊的影响力。首先，要充分利用在线投稿系统，高效联系作者，科学管理稿件，提高工作效率。其次，要根据受众碎片化的阅读习惯，通过社交平台推送微内容，包括期刊的目录、摘要、一些话题设置、评论体会等，通过微内容吸引受众进行互动，将社交平台打造成与受众的知识共享平台。比如《中国农业经济》就会在自己的微信平台上发布推荐阅读量可能高的重点篇目。第三，要通过自有平台实现精准推送，增进受众对于期刊的沟通和黏性，同时激活知识流动，扩大期刊学术影响力。第四，实现可视化内容的拓展。在自有平台上，可以运用可视化手段将出版内容增值，给受众带来全新的阅读体验。[5]

2.2.2 深化平台合作

媒体融合的时代不是单打独斗的时代，而是聚力发展的时代。单个刊物的影响力毕竟有限，可以探索多种合作模式，深化平台合作。一方面，期刊之间可以广泛联系搭建学术期刊资源服务平台，实现学术期刊信息、

学者、作者等资源的共享，走集群化发展道路，比如中国化学会系列期刊、中国力学学会系列期刊等。联合平台能够形成规模优势，实现 1+1>2 的传播效果，有利于深度融合的发展。另一方面，期刊可以与数据商合作，走优势互补之路。在今天，数据商第三方互联网公司占据着强大的资源和平台优势，而期刊占据着内容生产、区域协作的优势，通过与数据商平台的合作，期刊能够优化采编流程和数据管理模式，建立数据管理系统，形成知识传播与管理分享平台。[6] 而且，期刊可以通过搭建平台，将作者、读者、编者、科研机构、教育机构、创新企业等知识创新参与者广泛链接起来形成期刊社群，打造媒体智库，为政府决策提供精神动力和智力支持。

2.3　技术化发展：传播形式载体多样化

2.3.1　发展新型数字出版

在技术的赋能下，数字出版实现了优先出版、增强出版、全过程出版、数据出版等形式，它们不再是简单的纸质期刊内容的数字化传播，而是全新的传播手段和方式。新型数字出版模式是刊网融合的重要实践形式之一。[7] 通过这种形式，刊网融合所能提供的服务已经不再局限于知识产品的生产，而是在提供内容的同时，可以为机构和个人的发展成长提供全过程协同研究与学习平台，包括大数据分析系统。

2.3.2　创新传播形式

“互联网 + 期刊”的融合发展，改变了传统期刊单一的文字 + 图片的形式，实现了内容的可视化呈现。包括文字、图片、图表、音频、视频的可视化内容使得原本沉闷枯燥的叙述方式被富于层次感的生动活泼的呈现所替代，给受众以直观的视觉冲击力。将期刊内容用短视频、动漫、H5、全息投影、AR、VR 等先进的技术形式表现形式出来，增加了内容的趣味性，吸引了受众的注意力。比如，通过扫描二维码，运用 AR 技术，视频就能跃然纸上，足够吸引眼球。新的传播形式有利于提升受众的忠诚度，实现二次传播。

2.4　弹性化发展：营造期刊服务新生态

在媒体深度融合的阶段，受众对期刊的期待和要求与以往相比发生了很大的改变。期刊不仅仅是受众获取学术内容的载体，还是一个能够满足其个性化和多元化需求的平台。在这方面，期刊具有先天的优势。因为多年以来，期刊一直牢牢把握舆论导向，深耕内容，培养了一批专业的编辑，有着良好的权威性和公信力，充当着意见领袖的角色，为受众提供服务正是“互联网 + 期刊”的融合发展导向。首先，随着期刊的移动化变革，期刊要积极打造服务新生态，服务读者、培养作者。要以受众为中心，为受众提供包括阅读在内的相关服务，用服务带动阅读和销售，提升受众体验，增加受众黏性，完善期刊的传播链条；要通过服务重组受众碎片化的时间，使传播内容对受众真正有用。要服务作者，为作者供稿提供便利，可以建设期刊社群，将读者、作者、编辑拉入社群，在社群中广泛交流，形成期刊的社群经济。[8] 其次，要打造综合服务平台。期刊服务新生态的打造在于连接、沟通，为受众尽可能地提供便利。比如，可以在自有平台上为受众提供视频、社交、教育、购物等综合性服务，并根据受众需求开发新的内容产品，探索新的商业模式和盈利模式，实现期刊的更大价值。

结语

2020 年 6 月 30 日，习近平总书记主持召开的中央全面深化改革委员会第十四次会议，通过了《关于加快推进媒体深度融合发展的指导意见》。作为传统媒体的期刊，在这场声势浩大的变革中，要找准自身发展定位，在“互联网 + 期刊”的融合创新中从感性认识上升为理性实践，构建常态化发展、平台化发展、技术化发展、弹性化发展等新的发展模式，拓展更广阔的发展空间。媒

参考文献

[1] 马化腾 . 关于以“互联网 +”为驱动推进我国经济社会创新发展的建议 [J]. 中国科技产业，2016（3）：38–39.

[2] 姚林 .“互联网 +”背景下学术期刊刊网融合研究 [J]. 出版与印刷，2018（4）：29–34.

[3] 胡珉琦 . 被微信撕碎的生活读者 [J]. 读者，2015（9）：36.

[4] 宋建武，黄淼，陈璐颖 . 融合中的平台思维——平台化：主流媒体深度融合的基石 [J]. 新闻与写作，2018（1）：15–17.

[5] 游滨 . 学术期刊数字化发展趋势及因应策略 [J]. 编辑之友，2016（11）：36–41.

[6] 李亭亭，金建华，彭芳，董燕萍 .“互联网 + 大数据”下学术期刊的转型模式 [J]. 中国编辑，2020（4）：88–92.

[7] 姜红 . 媒体融合背景下学术期刊发展路径探析 [J]. 科技与出版，2020（8）：68–72.

[8] 禹玲玲 . 新媒体背景下传统期刊出版的困境与对策 [J]. 新媒体研究，2017（21）：86–87.

作者简介：胡慧河（1975–），女，湖南永州，副编审，研究方向：出版编辑学、哲学。

（责任编辑：张晓婧）